

USO DEL P-MAPS COMO FUENTE DE INFORMACIÓN EN ESTADÍSTICAS INTERNACIONALES



International Trade Centre

En un mundo de competitividad, en el cual el análisis del mercado es esencial para el desarrollo del comercio internacional,

herramientas de interacción comercial como las que presenta la plataforma **P- maps** son de vital importancia en el desarrollo de toda región.

Para que los países puedan competir efectivamente en los mercados internacionales, tanto los empresarios como Instituciones de apoyo al comercio deben definir y utilizar herramientas que les permita lograr una mayor capacidad competitiva a partir de la identificación de las condiciones de los mercados objetivo.

Uso de la herramienta

Desde un punto de vista más descriptivo la herramienta permite responder a preguntas como:

- ¿A qué mercados dirigirnos?
- ¿Cuáles son las características de esos mercados?
- ¿Cómo establecer relaciones dentro de esos mercados?
- ¿En qué sectores contamos con una ventaja competitiva?
- ¿Cuál es el desempeño de nuestros competidores?, etc.

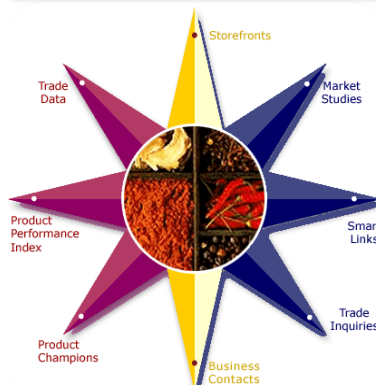
P- maps y el CPT

El área de vigilancia tecnológica INNOVATEC, como servicio estratégico del Centro de Productividad del Tolima que contribuye al fortalecimiento de las organizaciones y sectores productivos de la Región, consciente de la necesidad de conocer el entorno económico y empresarial como ejes del desarrollo regional, viene desarrollando una serie de conferencias y capacitaciones con el fin de concienciar a los diferentes integrantes de la cadenas productivas en la necesidad de hacer uso de herramientas como el P-maps para aumentar las posibilidades de éxito de sus productos.

En estos momentos cuando Proexport ya no posee dentro de sus servicios la integración de información estadística, se ratifica como fuente principal de información, la base de datos de **P- maps**.



Secciones Principales



Product Map, cuenta con tres secciones principales para el análisis de mercados

Market Positioning Tools (Herramientas para posicionarse en los mercados) - ¿A qué mercados debemos dirigirnos?.

Market Intelligence Tools (Herramientas de Inteligencia de Mercados) - ¿Cuáles son las características de esos mercados?

Networking Tools (Herramientas para conectarse) - ¿Cómo establecer relaciones dentro de esos mercados?

P- maps se enriquece de la base de datos de COMTRADE de la División de Estadística de las Naciones Unidas, la base de datos más grande del mundo que cubre alrededor del 90% del comercio mundial. Cubriendo más de 230 países y alrededor de 5.300 productos clasificados bajo el sistema armónico.

Para mas información llamar a:

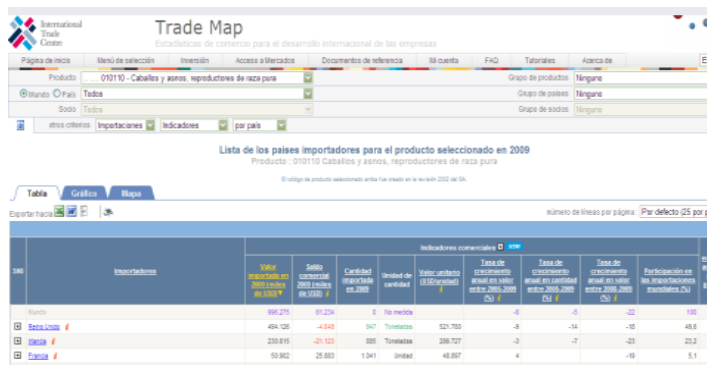
RAFAEL CABRERA P.

320 453 2169

racape30@hotmail.com

Gerente de Innovación

Centro de Productividad del Tolima



País	TMB (Importación en millones de USD)	Saldo comercial (en millones de USD)	Cantidad (en toneladas)	Unidad de medida	Valor unitario (en USD)	Tasa de crecimiento anual en volumen entre 2005-2008 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2005-2008 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
Brasil	494,738	-4,348	947	Toneladas	521,750	-8	-14	48.8
India	230,815	-21,120	888	Toneladas	258,727	-3	-7	23.2
China	10,882	25,850	1,041	Unidad	48,897	4	-16	5.1

Análisis y Descripción de las Herramientas

Market Positioning Tools (Herramientas para posicionarse en los mercados)

Los Market Positioning Tools de **Product Map** son:

Trade Data (Datos Comerciales)

Product Performance Index (Índice de Desempeño de Productos)

Product Champions (Productos Campeones)

contienen aplicaciones para analizar las estadísticas comerciales internacionales, al igual que información detallada sobre los productos con el mejor desempeño, tamaños de los mercados, flujos de comercio, tendencias regionales e indicadores macroeconómicos basados en los países socios.



Market Intelligence Tools (Herramientas para inteligencia de mercados)



Los Market Intelligence Tools de **Product Map** son:

Market Studies Links (Enlaces para los Estudios de Mercado)

Smart Links (Enlaces Inteligentes) están organizados en archivos de información.

Trade Inquiries (Preguntas Comerciales)

Después de haber analizado los datos comerciales y de haber identificado un producto o mercado potencial, se debe obtener información más exhaustiva y experimental.

Las herramientas de Market Intelligence de **Product Map** permiten eso, presentando una gama completa de información comercial para la investigación de mercado. Esta información cualitativa, variando desde estudios de mercado publicados, a precios e información de los mercados, a enlaces con sitios Web específicos de la industria o 'Smart Links', proporcionan una comprensión detallada de los eventos recientes del mercado para apoyar las estrategias de marketing de la exportación.



Networking Tools (Herramientas para Conectarse)

Los elementos de los servicios para crear conexiones de **Product Map** consisten en las herramientas necesarias para identificar a los posibles socios comerciales y para atraer a clientes potenciales estas son:

Storefronts (Vitrinas)

Business Contacts (Contactos Comerciales).

Storefronts permite que las compañías establezcan su presencia en la Internet en cuestión de minutos. Las IAPs (Instituciones de Apoyo al Comercio) pueden crear múltiples storefronts para sus clientes.

El módulo de Business Contacts identifica a las compañías activas en los sectores de los productos cubiertos por cada **Product Map**. Cualquier visitante suscrito en **Product Map** puede ver los links con los potenciales contactos comerciales y los Storefronts de los asociados



En Resumen Product Map permite que los actores industriales y las IAPs

Analicen el mercado

con las herramientas de Market Positioning de Product Map,

Aprendan más sobre el mercado

con las herramientas de Market Intelligence de Product Map,

Establezcan contactos comerciales

con herramientas de Networking de Product Map,

para ayudarlos a tomar el siguiente paso:

Comerciar en el mercado global

